

Bruxelles, 20 avril 2015

## Pop-up webshop KBC

### KBC soutient à la fois les commerçants et l'e-commerce

L'e-commerce a le vent en poupe ! Le nombre de clients qui achètent sur internet augmente d'année en année, et le volume des dépenses sur la toile suit le mouvement. En 2014, plus de 6,6 millions de Belges ont fait un achat via un webshop. Or pas moins de 42% des ventes en ligne sont conclues auprès de webshops étrangers car actuellement, seuls 3 commerçants belges sur 10 ont un webshop. C'est la raison pour laquelle KBC a décidé de donner un petit coup de pouce aux commerçants et à l'e-commerce.

À partir du 20 avril, tous les commerçants peuvent poser leur candidature pour un webshop gratuit sur [www.kbc.be/popupwebshop](http://www.kbc.be/popupwebshop). Grâce à des webinars et des sessions life chat, l'occasion leur est aussi donnée de se familiariser avec les trucs et astuces indispensables au succès de leur webshop.



## Les Belges, jeunes et moins jeunes, achètent massivement en ligne

Les Belges dépensent beaucoup d'argent en ligne. Depuis le début de l'année, ils ont acheté pour pas moins de 300 millions d'euros sur internet. Vêtements, voyages, bouquets de fleurs, ...presque tout peut s'acheter en ligne. Selon **Pieter Van Bastelaere de Comeos**, la fédération belge du commerce et des services,

- 43% des belges préfèrent acheter dans un webshop belge;
- 80% préfèrent le webshop d'une marque qui possède aussi des enseignes matérielles;
- 42% des ventes en ligne en Belgique se concluent via des webshops étrangers;
- l'année dernière, plus de 2,4 milliards d'euros ont été dépensés dans des webshops étrangers, un chiffre d'affaires qui échappe donc aux entrepreneurs belges.

**Greet Dekocker, Managing director de SafeShops.be asbl** souligne: "C'est l'insuffisance de l'offre en Belgique qui motive les consommateurs à acheter à des webshops étrangers. Ils ont souvent tendance à cliquer sur le premier webshop de la liste et, souvent, il s'agit d'un webshop étranger. L'offre très développée de magasins physiques en Belgique a pour conséquence que les commerçants belges ne voient pas la nécessité d'ouvrir un magasin en ligne. Or l'avantage est prouvé. Les consommateurs font leurs achats sur la toile mais aiment le faire en combinaison avec la chaîne de points de vente physiques. Ils préfèrent nettement acheter en ligne sur les webshops de magasins locaux ou de chaînes ayant pignon sur rue. [SafeShops.be asbl](#) soutient dès lors toutes les initiatives visant à promouvoir l'e-commerce en Belgique et à élargir l'offre de magasins en ligne belges pour le consommateur."

Les chiffres du dossier "E-commerce in de KMO" de l'Unizo ([http://www.unizo.be/kopenenverkopen/pers/unizo\\_wie\\_niet\\_in\\_de\\_evolutie\\_van\\_e\\_commerce\\_stapt\\_blijft\\_achter.html](http://www.unizo.be/kopenenverkopen/pers/unizo_wie_niet_in_de_evolutie_van_e_commerce_stapt_blijft_achter.html)) révèlent que seulement trois entrepreneurs sur dix pratiquent l'e-commerce. Pour le commerçant, le manque de temps et l'absence d'expérience ainsi que le prix sont les principales barrières à surmonter. L'Unizo constate aussi que de nombreux commerçants se montrent réticents et voient plutôt une menace dans cet essor de l'e-commerce. En réalité, l'e-commerce ne sonnera jamais le glas du magasin physique. Les commerçants doivent comprendre que l'e-commerce est un atout qui complète avantageusement leur magasin physique, conclut l'Unizo.

## KBC joue à fond la carte de l'e-commerce

En tant que bancassureur, KBC veut jouer un rôle de pionnier et stimuler les entrepreneurs à franchir le pas de l'e-commerce en les y aidant. L'e-commerce permet de globaliser très vite ce qui n'était que local. Il décuple avec effet immédiat les débouchés du commerçant.

"L'entrepreneur qui, outre son point de vente classique, propose aussi ses produits et services sur internet a une longueur d'avance sur ses concurrents. Grâce à son ancrage local solide et à sa position de leader du marché des PME, KBC est idéalement placé pour conseiller utilement les entreprises et les professions libérales. À cet égard, la sécurité, la rapidité des transactions et le faible coût pour le commerçant sont des facteurs déterminants" déclare **Patrick Kindt, Directeur Marketing & Communication chez KBC**.

## KBC présente: le Pop-up Webshop KBC.

Le 20 avril prochain s'ouvrira le Pop-up webshop KBC, une plateforme permettant aux entrepreneurs de tester si l'e-commerce pourrait être bénéfique pour le succès de leur entreprise. Entre le 20 avril et le 1er mai, tous les entrepreneurs intéressés sont appelés à poser leur candidature pour un webshop gratuit. Dix lauréats seront choisis en fonction de certains critères (produits, diversité, motivation, etc.). Pour les dix candidats retenus, KBC ouvrira un webshop qui leur donnera, en mai, trois jours de visibilité totale sur la plateforme internet [www.kbc.be/popupwebshop](http://www.kbc.be/popupwebshop). KBC leur assurera ensuite son support pendant six mois pour leur permettre d'apprécier les avantages de l'e-commerce à leur juste

valeur. Ils pourront y partager leur expérience de l'e-commerce et, partant, inspirer les autres entrepreneurs et les motiver pour faire eux aussi ce pas décisif.

Pendant cette campagne, tous les commerçants qui participent auront l'occasion de chatter avec les experts de KBC, qui répondront à toutes leurs questions concernant l'e-commerce. Sur ce projet, KBC collabore avec l'Unizo, Comeos, BeCommerce et SafeShops.

---

**KBC Groep NV**

Havenlaan 2 – 1080 Brussel  
Viviane Huybrecht  
Directeur Corporate  
Communicatie /  
woordvoester  
Tel. 02 429 85 45

Persdienst  
Tel. 02 429 65 01 Stef Leunens  
Tel. 02 429 29 15 Ilse De Muyer  
Fax 02 429 81 60  
E-mail: [pressofficekbc@kbc.be](mailto:pressofficekbc@kbc.be)

KBC-persberichten zijn beschikbaar op  
[www.kbc.com](http://www.kbc.com) of kunnen verkregen worden door  
een mail te zenden naar [pressofficekbc@kbc.be](mailto:pressofficekbc@kbc.be)

Volg ons op [www.twitter.com/kbc\\_group](https://www.twitter.com/kbc_group)

---